

# الگوی «آرمان‌گرایی واقع‌بینانه» به مثابه ایدئولوژی اسلامی در «مدیریت انقلابی» رسانه

(نویسنده مسئول) محمدجعفر محمدزاده<sup>۱</sup>

محسن سلگی<sup>۲</sup>

قاسم صفایی‌نژاد<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۰/۷

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۲/۱۰

## چکیده

این نوشتار نخست ایدئولوژی را تعریف و بر کارکرد آن در عرصه رسانه تأکید کرده است. پس از نقد نقش ایدئولوژی در رسانه پست‌مدرن و نیز نقد تعاریفی که ایدئولوژی را لزوماً در خدمت منافع طبقات حاکم و تحریف واقعیت می‌دانند، با معرفی ایدئولوژی به مثابه امری گریزناپذیر در علوم انسانی به طور کلی و در علم رسانه به طور خاص، تلاش نموده است الگوی اسلامی مدیریت رسانه را ارائه کند. در نهایت از «رسانه اسلامی» در معنای ابرواقعی یا فراواقعیت تعبیر نموده که فراسوی واقعیت و در عین حال در پیوند و تطابق با واقعیت و معطوف به آرمان و حقیقت است. نویسندگان الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه را ایدئولوژی اسلامی و با خصوصیت نفی سکولاریسم — که نگاهی دوگانه‌انگار به آرمان و واقعیت دارد — و حقیقت‌گرایی دانسته‌اند. همچنین این مقاله با مقایسه هستی‌شناسی در گفتمان احیاگر — که مبدع آن اقبال لاهوری است — و گفتمان پست‌مدرنیسم که پدر آن فردریش نیچه است، تفاوت مبنایی و هستی‌شناسانه رسانه پست‌مدرن و رسانه اسلامی را که باید در پی احیای دین باشد، نشان داده است. در این جستار آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه هستی‌شناسی و مدیریت انقلابی به منزله روش‌شناسی، دو اساس شکل‌گیری رسانه اسلامی معرفی شده‌اند. آرمان‌گرایی واقع‌بینانه با هم‌سازی، هم‌وندی و هم‌ورزی آرمان و واقعیت، مدیریت و انقلاب، دنیا و آخرت، جسم و روح، دین و دنیا و دین و سیاست معرفی شده است. این مقاله به‌عنوان یک «مدل» و نه «نظریه»، فقط به چیستی و چگونگی موضوع توجه نموده است؛ زیرا وظیفه هر مدلی همین است و همچون نظریه، کار آن چرایی و تحلیل نیست. کل مقاله در صدد پاسخ به آیایی امکان موضوع خویش است و مدعا (Thesis) را بر امکان آرمان‌گرایی واقع‌بینانه در مدیریت رسانه نهاده است.

کلیدواژه‌ها: ایدئولوژی، رسانه اسلامی، مدیریت انقلابی، آرمان‌گرایی واقع‌بینانه

۱. کارشناس و مدرس رسانه در دانشگاه و دانشجوی دکتری ادبیات فارسی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی goftaresabz@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبایی (ره) bimonthly.atash@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه تهران ghasem.safaei@gmail.com

## مقدمه

در ایران معاصر و به‌ویژه در بحبوحه شکل‌گیری انقلاب اسلامی و نیز پس از آن، آرمان‌گرایی — که شامل جامعه و انسان آرمانی می‌شود — و اندیشیدن درباره آن اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند. این اهمیت بی‌گمان از شرایط انقلابی نیز تأثیر پذیرفته است؛ زیرا بستر انقلاب، بستری آرمان‌گرایانه و آرمان‌وار است و انقلابی‌ها در اصل در پی ساختن جامعه‌ای موعودند. در چنین وضعیتی، انسان آرمانی نیز زمینه مساعدی برای مطرح و مهم شدن می‌یابد. انقلاب اسلامی در پی تصویری از اسطوره جامعه پاک پدید آمد و در رأس آن شخصی قرار گرفت که به عقیده بیشتر مردم، شبیه انسان کامل معصوم بود و از همان عنوان امام نیز بهره گرفت؛ امامی که با اتکا به ایدئولوژی ولایت مطلقه فقیه، جانشین امام معصوم یا امام زمان (ع) — به منزله آرمانی‌ترین و والاترین انسان کامل زمان — تصور می‌شد.

اندیشه آرمان‌گرایانه در قالب آخرالزمان و پایان تاریخ در قرن بیستم و به‌ویژه در قرن بیست‌ویکم توجه بسیاری را به خود جلب کرده است. پیش از قرن بیستم نیز اندیشه آرمان‌گرایانه و موعودی در نزد متفکران بنام مطرح شده بود؛ در قرن بیستم نیز اهمیت این مباحث نه تنها کم نشد، بلکه افزون نیز گشت. کارل مارکس، کمونیسم و کمون ثانویه را جامعه‌ای موعود برای انسان‌هایی آرمانی که در عدالت می‌زیند و آخرین مرحله تاریخ می‌دانست و برپایی آن را وعده می‌داد. در قرن بیستم نیز فوکویاما با به پایان تاریخ توجه می‌کند (مددیور، ۱۳۸۱، ۳۲). اما در این میان انقلاب اسلامی تنها انقلاب و اندیشه‌ای است که تحقق آرمان‌گرایی غیرمادی‌گرایانه و معطوف به حقیقت را هدف قرار داده است. سایر اندیشه‌ها مانند آنچه درباره مارکس و فوکویاما گفته شد، اندیشه‌هایی مادی‌گرایانه هستند و در واقع از گونه‌ای آرمان مادی تهی از قدسیّت و حقیقت سخن می‌گویند.

رسانه اسلامی و انقلاب اسلامی همان طور که از نام آن انتظار می‌رود، باید رسانه و پیام‌آور ارزشهای انقلاب اسلامی باشد؛ ارزشهایی که با تمام گستردگی خویش از یکپارچگی برخوردارند و در ذیل و ظلّ آرمان‌گرایی واقع‌بینانه معطوف به حقیقت تعریف می‌شوند.

کسانی مانند دانیل هیدریک خوب توانسته‌اند کارکرد سلطه‌آمیز رسانه‌ها را در امپریالیسم غرب نشان دهند (معتدنازاد، ۱۳۸۹، ۱ / ۷۷). در جهانی که رسانه و جنگ رسانه‌ای مهم‌ترین و حساس‌ترین عرصه به‌شمار می‌آید و نیز جنگ رسانه‌ای مهم‌ترین ابزار جنگ نرم شده، اهمیت و ضرورت الگوسازی برای رسانه مبرهن است. مهم‌ترین اصابتگاه و نشانگاه امپریالیسم غرب و به‌ویژه امریکا، جهان اسلام و در رأس آن ایران است و در این زمینه کارکرد رسانه غربی، حساس و انکارنشدنی و در دیگر سو کارکرد رسانه اسلامی نیز به منزله رسانه مقاومت، بس خطیر و سرنوشت‌ساز است.

پرسش اصلی این است که آیا آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه یک ایدئولوژی اسلامی در مدیریت رسانه ممکن است؛ یعنی علاوه بر مطلوب بودن، از وجوه عینی و واقعی نیز برخوردار است؟ فرضیه اصلی این پرسش مبتنی است بر امکان آرمان‌گرایی واقع‌بینانه در مدیریت رسانه.

## مطالعات رسانه‌شناختی

سال اول، شماره اول  
پاییز و زمستان ۱۳۹۳

## ۱. چهارچوب مفهومی

### ۱-۱. پست‌مدرنیسم؛ وصف کنونی جهان غرب و رسانه غربی

آرنولد توئین‌بی در تقسیم‌بندی «تاریخ تمدن» خود، مرحله بسط تمدن غربی پس از سال ۱۸۷۵م را «پسامدرن» یا «پست‌مدرن» می‌نامد. فلسفه «نیچه» را که نمایانگر نهیلیسم دامانگیر غرب است، باید چکیده‌ای از عصر بحران تمدن غربی خواند؛ دورانی که به «پست‌مدرنیسم» یا پسامدرنیته موسوم گردیده است. دیوید رابینسون، فردریش نیچه را «اولین پست‌مدرن بزرگ» می‌نامد (رابینسون، ۱۳۸۰، ۲). با وجود آنکه نیچه خود هرگز اصطلاح پست‌مدرن را به کار نبرده است، افکارش وی را در موقعیتی نهاده که در شرح اندیشه‌های پست‌مدرن به هیچ روی نمی‌توان از وی صرف نظر نمود. نخستین بار ردلف پان ویتز (Pann Wits) با استفاده از وضع نهیلیسم که نیچه شرح داده بود، در توصیف موقعیت جدید فرهنگی غرب، از اصطلاح پست‌مدرن سود جست. یورگن هابرماس (Habermas) نیز نیچه را نقطه عطفی در بحث پست‌مدرنیسم می‌داند (قادری، ۱۳۸۶، ۱۵۶). از این رو مبنا قرار دادن نیچه در این مقاله از حیث اندیشگی و هستی‌شناسانه آن و مقایسه این پدر گفتمان پست‌مدرنیسم با اقبال لاهوری — پدر گفتمان احیاءگری اسلامی — کاملاً از روی برنامه‌ای منطقی بوده است.

دهه‌های پایانی قرن نوزدهم و با تعبیری نمادین سال آخر آن، یعنی سال ۱۹۰۰م (سال مرگ نیچه و آغاز قرن بیستم) را می‌توان دوره آغاز پسامدرنیسم دانست. پسامدرنیسم، مرحله‌ای از تاریخ بسط مدرنیته است، منتها به جای خوش‌بینی و امیدواری عصر روشنگری و یقین اومانیستی دکارتی — کانتی، تردید در اصول و مبادی تمدن غربی و نیز مبانی نظری مدرنیته، و گونه‌ای ناامیدی و شک‌اندیشی اضطراب‌آلود و بی‌اعتقادی نسبت به سوژکتیویسم (subjectivism) و راسیونالیسم (rationalism)، حاکم گردیده است. به زبان ساده، پسامدرنیسم مرحله انحطاط فراگیر غرب مدرن و خودآگاهی نسبت به این بحران انحطاط است.

پسامدرنیسم، تداوم همان روح نیست‌انگاری اومانیستی است که به انکار خویش برخاسته است. اندیشه پسامدرن، آینه تمام‌نمای بحران و انحطاط ساختاری و فراگیر تمدن غرب مدرن است. کریگ اوئر، در توصیف پسامدرنیسم، چنین نوشته است: «پسامدرنیسم اتفاقی است که دقیقاً در دوران سقوط و انحطاط سیطره مدرنیته رخ داده است» (Anderson, ۱۹۹۸, ۸).

ژان بودریار، یکی از نظریه‌پردازان اصلی پست‌مدرنیسم، گفته است: «بشر، امروز قطعاً در وضعیت پسامدرن به سر می‌برد». فرانسوا لیوتار، بی‌اعتقادی و فقدان ایمان به هر نوع حقیقت یا — به تعبیر او — هرگونه «روایت کلان» و «فرا روایت» و شکاکیت ملازم آن را از ویژگی‌های پسامدرنیسم دانسته است. فردریک جیمسون، در بیانی متأثر از نگرش مارکسیستی، پسامدرنیته را محصول وضعیت گریزناپذیر و اسپین دوره سرمایه‌سالاری خوانده است.

بودربار، ویژگی دوران پسامدرنیت را گسستگی میان تصویری که رسانه‌ها و علوم از جهان ارائه می‌دهند با واقعیت عینی، و سلطه «وانموده‌های وهم‌آلود بی‌ارتباط با واقعیت» دانسته است.

شکاف میان رسانه پست‌مدرن و واقعیت آن چیزی است که در اندیشه بودربار ناظر به رسانه‌های غربی بیان شده است. او ویژگی جهان پست‌مدرن را با شکاف میان رسانه و واقعیت — و نیز علوم و واقعیت — معرفی می‌کند؛ از این رو رسانه غربی با ماهیت پست‌مدرنی خود در مسیر وانمایی و جعل واقعیت پیش می‌رود؛ تا جایی که متفکر مهمی مانند بودربار بر اثر وضع نابسامان اخلاقی رسانه‌ها، کل جهان جدید را پست‌مدرن می‌انگارد.

### ۱-۲. ایدئولوژی

لوچیانا فلوریدی بر آن می‌شود که داده فی نفسه نداریم و اطلاعات همواره وابسته به یک سطح انتزاع خاص است. در مقابل، رافائل کاپورو کوشیده است در چهارچوب هرمنوتیک اگزیستانسیال مارتین هایدگر، به پرسش از چیستی اطلاعات پاسخ دهد. در نظر او، اطلاع وجهی از اگزیستانس دازاین است که به وجود — در — عالم — با — دیگران (در دنیا و با دیگران بودن) راجع است؛ بنابراین او بر جنبه هرمنوتیکی — بلاغی دانش اطلاع‌شناسی یا «انجلیتیک» تأکید می‌کند. با وجود نقد کاپورو به دیدگاه افراطی فلوریدی مبنی بر فی نفسه نبودن داده‌ها، این ایده اساسی مشترک در اندیشه فلوریدی و کاپورو وجود دارد که اطلاعات (حتی پیش از اطلاع‌رسانی) تعهدات و جهت‌گیری‌های ائتولوژیک و ایدئولوژیک دارند و به یک افق معانی خاص مشروط‌اند (خندان، ۱۳۸۸، ۱۴۹). ون دایک نیز ایدئولوژی را باورهای بنیادین هر گروه می‌داند و نیز آنچه گروه لابد از آن است (غیاثیان، ۱۳۸۶، ۲۰۶).

درکل رهایی از ایدئولوژی نه ممکن است و نه مطلوب. درواقع این مسئله در رسانه‌ها بیشتر آشکار است؛ آنها برخلاف ادعاهای جسته و گریخته خویش، ناگزیر از ایدئولوژی و حتی جانبداری هستند و در اصل بی‌طرفی برای رسانه‌ها ناممکن است و هر رسانه‌ای هرچند بی‌طرف، بعد از مدتی ناچار است که طرفی را برای خود برگزیند (سلطانی، ۱۳۸۴، ۱۶۷). درکل ادعای غیرایدئولوژیک بودن که به‌طور عمده، از ادعاهای اصلی لیبرالیسم است، ادعایی مخدوش و غیرواقع‌بینانه است. این ادعا در الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه محل توجه نیست.

درکل سخن از دو دسته علوم با عنوان علوم انفسی (انسانی) و آفاقی (طبیعی) در میان است (چالمرز، ۱۳۸۷، ۱۴۴-۱۳۴). برخی اعتقاد دارند که می‌توان تصور کرد که برای مثال فردی زیست‌شناس بدون پیش‌داوری و تعلقات ارزشی و دینی، درباره طبیعت (مثلاً زندگی جانوران در یک برکه) تحقیق کند، اما برای نمونه در علم جامعه‌شناسی نمی‌توان فرد جامعه‌شناسی را یافت که بدون پیش‌داوری و اتکای اولیه به ارزش‌های فرهنگی، محیطی و ایدئولوژیک و نیز ایمانی — قلبی خویش بتواند درباره

یک اجتماع انسانی و افراد آن پژوهش کند. فردریش هگل و فردریش نیچه کوشیده‌اند نشان دهند که هیچ نوع شناخت و معرفت‌شناسی نمی‌تواند فارغ از سوبیه‌های ذهنی، فردی، ذوقی، دلبخواهانه، ایدئولوژیک و... باشد (نیچه، ۱۳۸۹، ۱۸). چندی پیش نیز یورگن هابرماس در بحث از «میل به استیلا» یا «عقلانیت ابزاری» نشان داد که حتی علمی مانند آمار و ریاضیات نیز نمی‌تواند فارغ از پیش‌فرض‌های ایدئولوژیکی و ارزشی باشند. هابرماس برای مثال علم آمار را حاصل میل انسان به استیلا بر دیگران دانسته است. ژیل دلوز، یکی دیگر از متفکران پست‌مدرن، نیز در بحث از «میل زایا» بی‌طرفی و فارغ بودن علوم طبیعی از پیش‌داوری و ایدئولوژی را زیر سؤال برده است (ایگلتون، ۱۳۸۱، ۷۶). علم رسانه نیز به منزله شاخه‌ای از علوم انسانی، نمی‌تواند فارغ از یک ایدئولوژی مشخص باشد.

برای اینکه ایدئولوژی به شکلی مؤثر چنین کارکردهایی داشته باشد، باید محتوای محتوای شناختی، ساختار و راهبردهای آن متناسب با این کارکردهای اجتماعی باشند (ون دایک، ۱۳۸۶، ۸۸). همین مسئله نقش ایدئولوژی را در رسانه‌ها پررنگ‌تر می‌کند؛ زیرا رسانه‌ها بیش از هر نهاد دیگری برای مقبول قرار گرفتن و مطابق خواست مخاطب و نیز ساختارها بودن تلاش می‌کنند.

ایدئولوژی حتماً هماهنگ با منافع گروهی و علیه منافع گروهی دیگر است. این مسئله حتمی و طبیعی است، اما آنچه غیرطبیعی و مصنوعی جلوه می‌کند این است که ایدئولوگها و مصرف‌کنندگان ایدئولوژی به قصد سود مادی خویش — قدرت و ثروت — و زبان دیگران از ایدئولوژی استفاده کنند. این مسئله علیه ایدئولوژی دینی حقیقت‌محور است و سبب تحریف واقعیت و حقیقت خواهد شد.

## ۲. نقش ایدئولوژی (انتزاعی و انضمامی)

تأثیر ایدئولوژی در رسانه پیدا و آشکار است. ایدئولوژی به تغییر واقعیت و نیز دست کم تأثیر در آن نظر دارد. ایدئولوژیهای مادی — آن‌چنان‌که دیدیم محصول صرف همین واقعیت هستند — انعکاس واقعیت مادی جهان بودند. کارکرد آشکارتر ایدئولوژی را در دو دسته انتزاعی و انضمامی می‌توان بررسی کرد: در مرحله انتزاعی، باید از هرم داده — اطلاعات — دانش و خرد سخن به میان آورد و در مرتبه انضمامی، از شرایط اداری در محیط رسانه‌ای سخن گفت که بیش از محیطهای صنعتی، تجاری و حتی اداری و سیاسی دیگر، هماهنگی ایدئولوژیک و کاربرد ایدئولوژی را طلب می‌کند.

### ۲-۱. در مرتبه انتزاعی

در مرتبه انتزاعی باید اذعان نمود که در هرم دانش، مرحله خرد بیش از همه ایدئولوژیک است. پس از آن مرحله دانش، مرحله اطلاعات، مرحله داده قرار می‌گیرد که به ترتیب از درجه ایدئولوژیک

بودن آنها کاسته می‌شود. اطلاعات براساس ایدئولوژی تعیین می‌شوند و داده‌ها را به گونه‌ای جهت‌دار و از پیش تعیین شده هدایت می‌کنند. اما اطلاعات به‌طور عینی نمی‌خواهد واقعیت را تغییر دهند و در مرحله دانش است که کاربرد ایدئولوژی برای تغییر واقعیت به غایت جدی می‌شود.

دانش نخستین مرتبه‌ای در هرم دانش است که به‌صراحت به تغییر واقعیت اجتماعی نظر دارد (گرچه اطلاعات نیز حتی پیش از انتشار ایدئولوژیک‌اند)؛ بنابراین ایدئولوژی که براساس تعریف رایج، به اندیشه‌ای گفته می‌شود که به تغییر و حتی قلب واقعیت و حرکت از شرایط موجود به شرایط موعود نظر دارد، در این مرحله به عنوان لازمه و روح حاکم تبلور می‌یابد. پله‌های دانش از سه عنصر داده، اطلاعات و دانش تشکیل شده‌اند. داده، مجموعه‌ای از حقایق و امور مسلم درباره هر پدیده است. اطلاعات شامل سازمان‌دهی، گروه‌بندی و مقوله‌بندی داده‌ها در الگوهایی معنادار است و دانش، اطلاعاتی است که با تجربه، زمینه، تعبیر و تأمل ترکیب شده است و اقدام صحیح را ممکن می‌سازد (Davenport, ۱۹۹۸).

داده: سازمان‌های نوین، معمولاً داده‌ها را در یک سامانه فناوری ذخیره می‌کنند. شرکت‌ها، مدیریت داده‌ها را از نظر کمی براساس ظرفیت، سرعت و هزینه و طرح سؤالاتی مانند پرسش‌های زیر ارزشیابی می‌کنند: آیا وقتی به داده‌هایی نیاز داریم، در اختیارمان قرار می‌گیرند؟ آیا نیازهای ما را تأمین می‌کنند؟ آیا می‌توان از آنها سردرآورد؟ از این رو می‌توان گفت که داده‌ها مواد خام و عناصر مورد نیاز برای تصمیم‌گیری هستند (افرازه، ۱۳۸۲).

اطلاعات: یعنی «داده‌های مربوط و هدف‌دار»؛ به بیانی دیگر داده‌ها به تنهایی «مربوط» و «هدف‌دار» نیستند، بلکه نوعی «پیام» به‌شمار می‌آیند. پیام مورد نظر ما معمولاً به شکل مدرکی مکتوب یا به‌صورت ارتباطی شنیداری یا دیداری نمود می‌یابد. داشتن ارتباط و هدف، ویژگی اطلاعات است. چند معیار مهم برای تبدیل داده‌ها به اطلاعات عبارت‌اند از:

- مربوط به متنی مشخص: هدف از گردآوری داده را می‌دانیم؛
- تقسیم‌بندی شده: بخش‌های کلیدی و تعیین‌کننده داده‌ها را می‌شناسیم؛
- محاسبه شده: داده‌ها ممکن است با محاسبات ریاضی و آماری تجزیه و تحلیل شوند؛
- اصلاح شده: داده‌ها غلط‌گیری می‌شوند؛
- خلاصه شده: داده‌ها ممکن است در حجم کمتری خلاصه شوند.

باید توجه نمود که معمولاً محاسبات، خلاصه‌سازی و طبقه‌بندی اطلاعات را «انسان» انجام می‌دهد و نباید اطلاعات یا دانش را با فناوری انتقال آنها اشتباه گرفت (همان).

دانش: مخلوط سیالی از تجربه‌ها، ارزشها و اطلاعات جدید است. دانش، در ذهن دانشور به‌وجود می‌آید و به‌کار می‌رود. در سازمانها نه تنها در مدارک و ذخایر دانش، بلکه در مراحل کاری، فرآیندهای

سازمانی، اعمال و هنجارها مجسم می‌شود و به شکل‌های پویا و نیز انباشته و ایستا متصور است. دانش از اطلاعات و اطلاعات از داده‌ها ریشه می‌گیرند. تبدیل اطلاعات به دانش در عمل بر عهده خود بشر است. دانش، ساده و روشن نیست، مخلوطی از چند عامل متفاوت است؛ سیالی است که در عین حال ساختهای مشخصی دارد و مجازی و شهودی است.

بدین ترتیب می‌توان موضوعات بالا را به صورت زیر نیز تعریف نمود (بیک‌زاده مرزبانی و سوری، ۱۳۸۶) و در شکل شماره ۲-۱ به صورت نمادین آن را نمایش داد:

- داده‌ها: سمبل‌هایی (نشانه‌هایی) از چگونگی و کمیت واقعیت هستند.
- اطلاعات: اطلاعات زمانی پدید می‌آیند که انسان به داده‌ها معنا می‌بخشد. اغلب به صورت نمایش ساختارمند و مرتب داده‌ها بروز می‌کنند.
- دانش: توانایی فردی، سازمانی و گروهی است که فرد با کمک آن می‌تواند وظیفه‌ای (کاری) را انجام دهد (اکبرپور شیرازی و سوری، ۱۳۸۴).

شکل ۲-۱: سلسله مراتب اطلاعات و دانش (Davenport، ۱۹۹۸)

مراحل بالا سبب تغییرهایی در فرآیند دانایی می‌شود. این تغییرها همراه پردازش در هر مرحله است. جدول شماره ۲-۱ این پردازش‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۲-۱: تبدیلات اسپیس‌گلر در پردازش داده، اطلاعات و دانش (عدلی، ۱۳۸۴)

پردازش دانش	پردازش اطلاعات	پردازش داده‌ها
کشف	اصلاح مجدد	سازمان‌دهی
استنباط	سنجش (آمارها)	ذخیره
ارزشها	ارتباط، دسته‌بندی، مقایسه	محاسبه
قضاوت	گروه‌بندی، مقایسه	بازیابی
شهود و بصیرت	کاربرد، پیوند	گزارش، ارائه
خلاقیت	یادگیری (کامپیوتری)	
انتزاع	ارتباط	
	اشاعه	

## ۲-۲. در مرتبه انضمامی

انسان‌محوری در محیط کاری رسانه: انسان‌محوری رسانه بدین معناست که کاربرد ماشین در آن نسبت به سایر محیط‌های اداری و صنعتی کمتر است. در محیط‌های صنعتی و اداری روبات می‌تواند کارایی جدی داشته باشد، اما در محیط رسانه‌ای، رباط نمی‌تواند کارکردی داشته باشد. پیش از این گفته شد که در اصل محاسبات، خلاصه‌سازی و طبقه‌بندی اطلاعات را «انسان» انجام می‌دهد و نباید اطلاعات یا دانش را با فناوری انتقال آنها اشتباه گرفت (افرازه، ۱۳۸۲).

همین انسان‌محوری رسانه به بعد نرم و فرهنگ‌محور آن باز می‌گردد و نشان می‌دهد که رسانه با زبان و قدرت و اجتماع بیش از سایر سپهرها و عرصه‌های انسانی ارتباط دارد و بنابراین ایدئولوژیک‌تر است.

اما ایدئولوژی از طریق دو فرآیند ضمنی‌سازی و صریح‌سازی نیز خود را نشان می‌دهد. این دو فرآیند تبدیل دانش در درون کارکنان رسانه و نیز مخاطبان آن را شامل می‌شود (ون دایک، ۱۳۸۶، ۱۱۴ و ۱۰۲).

## ۲-۲-۳. تبدیل دانش در درون کارکنان و مخاطبان (knowledge convert):

دانش «ضمنی» در درون فرداست و دانش «صریح» در مرحله‌ای اتفاق می‌افتد که دانش به سند تبدیل شود. آشکار است کسی که در مرحله ضمنی، ایدئولوژی مورد نظر را نپذیرفته باشد، در مرحله صریح نیز نمی‌تواند از کارایی مناسب و نیز متناسب با ایدئولوژی مورد نظر سازمان برخوردار باشد. به طریق اولی، رسانه اسلامی باید کسانی را به خدمت بگیرد که افزون بر اکتساب ایدئولوژی اسلامی در مرحله ضمنی و نیتی و بنابراین برخورداری از حسن فاعلی<sup>۱</sup>، از حسن فعلی نیز برخوردار باشند؛ یعنی توانایی ارائه و مدیریت یک محتوای اسلامی در رسانه را دارا باشند؛ معادل آنچه امروزه از آن با عنوان تعهد و تخصص یاد می‌کنند. ایدئولوژی ضمنی اسلامی در درون کارکنان رسانه، از طریق صریح‌سازی و سند شدن (مانند نشر مکتوب یا مجازی و...) در مخاطبان خود روند ضمنی‌سازی یا درونی کردن ایدئولوژی اسلامی را در پیش می‌گیرد. آن وقت پس از تحقق این فرآیند و ضمنی‌سازی موفق، مخاطب خود به یک رسانه اسلامی تبدیل می‌شود.<sup>۲</sup>

## ۳. آرمان‌گرایی واقع‌بینانه

آرمانی که فرد برای خود برمی‌گزیند او را می‌سازد و فداکاری برای آرمان از سرچشمه‌های مهم معناسازی برای زندگی افراد است؛ از این رو زندگی افراد در عرصه عمل و «واقعیت» بدون «آرمان» به یک زندگی تهی از معنا و امید تبدیل می‌شود و بر همه استعدادها و تأثیر منفی می‌گذارد



(یالوم، ۱۳۹۰، ۶۰۱).

آرمان، مفتاح نیست، بلکه میزان و مصباح است. مفتاح بودن چیزی به آن معناست که آن چیز فقط از «بیرون» کارایی دارد، و از «درون» ضرورتی برای آن وجود ندارد (جوادی آملی، ۱۳۸۰، ۸۴)، اما مصباح بودن به معنای آن است که چیزی از اول تا پایان امر کاربرد داشته باشد. مراد از مصباح در معنایی ساده‌تر آن است که آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه یک چراغ باید در تمام مسیر رسانه اسلامی حضور داشته باشد و نیز میزان بودن نظریه آرمان‌گرایی واقع‌بینانه، به منزله سنگ محک و میزانی برای حق و باطل گزاره‌ها (نه صدق و کذب) در دامان رسانه اسلامی است.

آرمان‌گرایی در اسلام با مشخصه‌های تلفیق حقیقت یا آرمان و واقعیت، رد و طرد دوگانه‌انگاری دکارتی و سکولاریسم دوگانه‌انگار مشخص می‌شود. بدین معنا در اسلام دین و دنیا یا دنیا و آخرت، روح و جسم، عقل و دین، علم و دین و همچنین آرمان و واقعیت یا ارزش و واقعیت نه تنها در برابر هم نیستند، بلکه بر هم منطبق و با هم هماهنگ‌اند.

در نگاه ژاک دریدا، اندیشه غربی همواره زندانی تقابلهای دوتایی بوده است. دو قطبی‌های برابر نهادی مانند دنیا - آخرت، جسم - روح، سوژه - ابژه و زن - مرد. ریشه این تفکر، دوتایی و دوآلیسمی است که دکارت پایه گذاشت (احمدی، ۱۳۷۰، ۳۸۴).

اسلام، دوگانگی میان عقل و عشق، دنیا و آخرت و... را نمی‌پذیرد و بنابراین مقابل غرب از زمان دکارت است (قیصر: ۷۶). در غرب کسانی مانند نیچه - که به شدت ضد عقل دکارتی است - نافی دوآلیسم (ثنویت) بوده‌اند، اما باید توجه کرد که آنجا که کسی مانند نیچه دوگانگی میان فیزیک و متافیزیک یا آخرت و دنیا را نفی می‌کند، متافیزیک و آخرت را هم نفی می‌کند و بر آن است که نباید در برابر این جهان، جهانی را آفرید که مانع از توجه به زندگی این جهانی شود (شاهنده، ۱۳۸۶، ۴۲؛ سوفرن، ۱۳۸۸، ۳۸ - ۳۷). بنابراین در غرب اگر کسی دوگانگی میان عقل و دین، جسم و روح و دنیا و آخرت را نفی می‌کند، معمولاً این به سبب نفی وجه معنوی جهان و هستی، که دین و روح و آخرت را شامل می‌شود، بوده است و نه به دلیل آشتی دادن میان آن ابعاد از هستی. درکل اندیشه روحانی و آرمان‌گرایانه در غرب جایگاه شایان توجهی ندارد.

از آن سو آرمان‌گرایی در اروپا و درکل غرب، خالی از وجوه عینی و شناخت دقیق انسان و به‌ویژه فطرت وی بوده است. آرمان‌گرایی اروپایی هرگز منشاء تحوّل در آن قاره نشد، بلکه نتیجه آن، «من»‌های سرگردانی شد که در میان دموکراسی‌های مغایر با هم در جست‌وجوی هویت خویش‌اند و وظیفه‌ای جز استعمار دیگران ندارند. اروپا بزرگ‌ترین مانع در راه پیشرفت اخلاق است، درحالی‌که اندیشه آرمان‌گرایانه یا ایدئالیسم اسلام دارای اندیشه غایی مبتنی بر وحی است که به عیان‌ترین ظواهر زندگی عمق می‌بخشد. هر مسلمان راستینی زندگی خویش را به آسانی فدای اعتقاد و آرمان خویش می‌کند (لاهوری، ۱۳۷۹، ۲۸۱ - ۲۸۰).

در مورد آرمان‌گرایی اسلامی باید از آرمان‌گرایی واقع‌بینانه سخن گفت که در ذیل عمل‌گرا بودن اسلام تبیین و توجیه می‌شود. با مقایسه اسلام و مسیحیت درمی‌یابیم که اسلام با جاذبه متقابل دو نیروی دین و تمدن شکل گرفت و در منظر اسلام، معنویت یا آرمان و واقعیت دو نیروی متضاد و رویارو نیستند، بلکه حیات معنویت در سازگاری با واقعیت و جهان ماده است و در صورت برهم خوردن این سازگاری، بنیادهای اساسی زندگی، که مبتنی بر واقعیت‌هاست، نابود می‌شود (همان، ۴۳).

#### ۴. ریشه‌های سکولاریستی رسانه کنونی در غرب: دو گانه‌های سکولاریسم

سکولاریزاسیون فرآیندی است که به قداست‌زدایی یا غیردینی‌سازی نظام اجتماعی اقدام می‌کند (نصری، ۱۳۸۳، ۳۵۱). این فرآیند در شاخصه‌های متعددی متبلور می‌شود که از میان آنها می‌توان به موارد زیر، که از نقاط منفی سکولاریسم نیز به‌شمار می‌آیند، اشاره کرد:

زمان دین: یعنی آموزه‌های دینی حیثیت خود را از دست می‌دهند و راه را برای برنامه‌ریزی غیردینی باز می‌کنند (هوور و لانبای، ۱۳۸۹، ۲۹ و ۲۸).

سازگاری جهان: یعنی توجه افراد از نیروهای فراطبیعی جدا و فقط به زندگی دنیوی جلب می‌شود. سلب تقدس از جهان: در جهان، دیگر نیروهای غیرمادی نقش ندارند.

حرکت از جامعه مقدس به جامعه دنیوی: بدین معنا که عملکردهای سنتی کنار می‌رود و عملکرد عقلانی و فایده‌گرایانه جای آن را می‌گیرد. در سکولاریسم پیش‌فرضهای دینی و تفسیرهای الهی از انسان کنار زده می‌شود (نصری، ۱۳۸۳، ۳۵۳ و ۳۵۲).

به عقیده سروش، اگر بناست سیاست بر مبنای علم باشد، دیگر نمی‌تواند همراه دین باشد و نیز اگر دین بخواهد همراه سیاست باشد، دیگر آن سیاستی که در دین وجود دارد بر مبنای علم نخواهد بود (همان، ۳۶۲). سروش می‌گوید: «اگر دید علمی در عرصه طبیعت با اندیشه‌های دینی و الهی منافات دارد، دید علمی در عرصه سیاست هم با خداگرایی ناسازگار است، ولی حق این است که انسان می‌تواند خداشناس و دیندار باشد و در عین حال از مدیریت علمی هم بهره‌مند گردد» (همان، ۳۶۳).

و باز او می‌گوید: «علمی اندیشیدن و به شیوه علمی مدیریت کردن، مقضی آن است که هیچ چیز فوق چون و چرا و نقد و نظارت را در برابر علم نشانیم و از مدیران و مریدان، عمل کورکورانه و غیرعقلانی را طلب نکنیم. بدین سبب است که حکومت سکولار فقط تعریف سلبی «غیر دینی» را ندارد، بلکه وصف ایجابی نقد و نظارت را هم واجد است؛ لذا سکولاریسم را به این معنا هم بگیریم که دیگر در عرصه سیاست هیچ ارزشی و دستور سنجش‌ناپذیری وجود ندارد؛ یعنی ادبی و مقامی و منصبی و قاعده‌ای نداریم که فوق نظارت عامه باشد. از شخص حاکم گرفته تا نحوه حکومت و سیاست‌گذاری» (همان، ۳۶۳).

این نگاه ارزش - آرمان ستیز سروش در جدانگاری علم و دین ریشه دارد؛ از این رو جدانگاری علم و دین می تواند به سکولاریسم سیاسی کشیده شود.

سروش می گوید: «حق این است که دینی شدن سیاست فقط وقتی ممکن است که فهمی غیر مقدس از دین را با شیوه علمی همنشین کنیم، و الا دین مقدس را با سیاست غیر مقدس در آمیختن آب در هاون کوبیدن است» (همان، ۳۶۵).

آنچنان که دیده می شود، از نظر سروش فهمهای موعودی، آرمانی و ارزش گرایانه از دین - که با عنوان فهمهای ایدئولوژیک به مهمیز انتقاد می کشاند - با سیاست غیر مقدس نمی تواند سازگار باشد؛ بنابراین در نگاه وی، دین و سیاست فقط در صورت غیر مقدس بودن هر دو، با هم امتزاج می یابند. حال باید این سؤال را در افکند که آیا نمی توان فهمی مقدس از سیاست را با دین مقدس ممزوج کرد و آیا اگر می توان از دین مقدس، فهمی غیر مقدس داشت، نمی توان از سیاست غیر مقدس، فهمی مقدس به دست داد؟

به اعتقاد سروش، اگر دین را با عقل تفسیر و عقلانی کنیم، سر از سکولاریسم در خواهیم آورد و تنها راه خروج از سکولاریسم پرهیز از عقلانی کردن دین است (همان، ۳۷۵). این نگاه سروش و درکل نگاه دوگانه دیدن عقل و دین، به نگاه ثنویت گرایانه مسیح - دکارتی بازمی گردد؛ حال آنکه در اسلام عقل یکی از منابع معرفت دینی به شمار می آید و نیز جایگاه و مقام ویژه ای در میان منابع چهارگانه دارد (جوادی آملی، ۱۳۸۰، ۶۷).

آیا علمی کردن دین به سکولاریسم منجر می شود؟ شاید پاسخ این پرسش مثبت باشد، اما نمی توان تردید کرد که دینی کردن علم عکس این فرایند خواهد بود.

دینی کردن علم به آن معناست که دین و علم در ذات خود - و نه در کشفیات بشری - پیوند ابدی دارند؛ زیرا اصول ذاتی دین و علم هر دو ابدی اند. شاید تفسیر فلان مفسر دینی از دین و فلان عالم از علم مطابق ذات و واقعیت اصلی دین و علم نباشد، اما دین و علم در ذات خود جاودانه اند. دین در ذات خویش و قوانین طبیعت در ذات خویش ابدی و سرمدی اند.

آنچنان که مشاهده می شود، در تفکر سروش - به عنوان سردمدار سکولاریسم در ایران - دوگانه انگاریهای سکولاریستی به غایت چشمگیر است: میان عقل و دین، علم و دین، دنیا و آخرت، دین و سیاست و ...

دوگانه انگاری میان مدرن شدن و دینی شدن نیز آشکارا در اندیشه متفکران سکولار وطنی و همچنین آنان که به سروشیسم دل بستگی دارند دیده می شود. این نگاه در حالی است که امروزه در غرب نیز نظریه تلازم سکولاریزاسیون و مدرنیزاسیون چندان محل اعتنا نیست و دچار تزلزل بنیادی گشته است. متفکران سابقاً سکولاری مانند یورگن هابرماس و پیتر برگر نخست از سکولاریسم و نیز تلازم

سکولاریزاسیون و مدرنیزاسیون سخن می‌گفتند، اما بعدها در نظریه یادشده تجدیدنظر نمودند و به پساسکولاریسم و همچنین تلازم نداشتن سکولارشدن جامعه با نوسازی آن اعتقاد پیدا کردند. در این زمینه تأثیر برگر مهم‌تر از هابرماس بوده است. دیدگاه منحصر به فرد برگر (دیدگاهی که برگر امروزه با عنوان دیدگاه اولیه‌اش از آن یاد می‌کند) آن بود که پلورالیسم، باورهای باثبات را به تحلیل می‌برد و تحت فشار عوامل متکثرکننده مدرنیته، «سایبان مقدس» به «بینش متزلزل» تبدیل می‌شود. نتیجه محوری آن بود که پلورالیسم به طور حتم به عرفی شدن می‌انجامد. نسخه برگر از نظریه عرفی شدن، این دیدگاه را تأیید می‌کرد که میان نوسازی و عرفی شدن ارتباط ذاتی وجود دارد.

گسترش دایره مطالعات برگر، وی را با شواهد جدیدی روبه‌رو نمود و استقبال از این شواهد تجربی وی را به تجدید نظر در نظریه عرفی شدن دین وادار ساخت که در کتاب «افول سکولاریسم» (۱۹۹۹م) آشکارا آن را بیان کرده است.

برگر یکی از پیش‌قراولان بسط نظریه عرفی شدن و سکولاریسم بوده است و مرکز ثقل تحول اندیشه وی در این دو نقطه نهفته است:

۱. مدرنیته ضرورتاً به عرفی شدن نمی‌انجامد. در دنیای مدرن آنچه تغییر می‌کند عبارت است از: شیوه دینداری، یعنی اینکه باورهای دینی بر قطعیت و جزم سابق استوار نیستند، اما به هر حال، دینداری از میان مردم برچیده نمی‌شود؛

۲. عرفی شدن پدیده‌ای جهان‌شمول نیست، بلکه بیشتر پدیده‌ای غربی است و سرنوشت دین در غرب را نمی‌توان به کل جهان تعمیم داد.

برگر می‌گوید که آنچه وی و بیشتر جامعه‌شناسان امور مذهبی در دهه ۱۹۶۰م، درباره عرفی شدن نوشته‌اند فقط یک اشتباه بوده است. بحث اساسی آنها این بود که عرفی شدن و مدرنیته پا به پای هم پیش می‌روند؛ مدرنیته بیشتر، عرفی شدن بیشتر را به دنبال دارد.

مهم‌ترین عاملی که سبب شده است برگر در «نظریه عرفی شدن» تجدید نظر کند عبارت است از مطالعات او از جهان سوم (Berger, ۲۰۱۱, ۱۳۳-۱۳۵) و به ویژه ایران: «در سال ۱۹۷۹، من در رم بودم؛ درست در بحبوحه انقلاب ایران. به دلیل اینکه قرار بود از طریق تهران به هند پرواز کنم، با نگرانی رویدادهای ایران را از تلویزیون ایتالیا دنبال می‌کردم. توده عظیمی از پیروان آیت الله خمینی با پوسترها و پلاکاردهایشان که به نظر می‌رسید تا انتهای افق گسترده شده‌اند، مدام شعار «الله‌اکبر» سر می‌دادند. به یاد اظهار نظری که یک دهه پیش درباره سکولاریزاسیون شنیده بودم افتادم و فهمیدم که اصلاً هم خنده‌دار نبوده است. در واقع، مقابله شورمند و هیجانی با عرفی شدن، دقیقاً چیزی بود که آیت‌الله خمینی در ذهن داشت و پیامد انقلاب ایران هرچه باشد، باید پذیرفت که فعلاً تا حدودی در این کار موفق بوده است» (Ibid., ۱۳۳).

برگر بعدها انقلاب اسلامی ایران را یکی از نمونه‌هایی دانست که نشان می‌داد مدرنیته الزاماً به کاهش دین نمی‌انجامد؛ زیرا در دهه ۱۳۵۰، ایران و حکومت پهلوی با سرعت در حال مدرن شدن بود و پس از شوک نفتی و جهش خیره‌کننده نفت در آن دهه، شاه توانسته بود به سرعت ایران را در مسیر نوسازی جلو برد (Berger, ۱۹۹۴, ۹۷).

#### ۴-۱. رسانه و سکولاریزاسیون

تقید به عینیت‌گرایی ژورنالیستی به غلبه و اشاعه این فکر انجامیده است که احساسات مذهبی، اگرچه در زندگی شخصی ممکن است امری مطلوب و مقبول باشد، باید در عرصه زندگی جمعی و رسانه‌ای، به‌ویژه عرصه روزنامه‌نگاری، کنار گذاشته شود (هوور و لاندی، ۱۳۸۹، ۲۹). با وجود آنکه این تفکر در غرب نیز مخالفانی جدی دارد، تردیدی نیست که رسانه اسلامی در عین پایبندی به صداقت و نه واقعیت، می‌کوشد با نقشی هادپایانه — مبشرانه و مبدّرانه — واقعیت را با حفظ صداقت به سمت حقیقت و آرمان سوق دهد. رسانه اسلامی در این فرایند، واقعیت را می‌بیند، اما نظر به آرمانها دارد و برای آنها واقعیت را می‌بیند و با صداقت تفسیر می‌کند یا بازتاب می‌دهد. اما در این میان گاه ممکن است پایبندی به عین و گزارش مطابق واقع خلاف اصول اخلاق و معارض با حقیقت باشد؛ برای مثال امکان دارد که خبری موجب بر باد رفتن حیثیت کسی شود؛ از این رو با تمایل به حقیقت و آرمانهای اخلاقی و دینی، می‌توان از گفتن حقایق پرهیز کرد و حتی مطابق اصل ورع رسانه‌ای، این امر نه تنها پسندیده است، بلکه چه بسا واجب شرعی باشد. اگرچه رسانه‌های غربی عمدتاً در همین شعار پایبندی به عینیت و پرهیز از بزرگ‌نمایی، خود به دور از عینیت شعار داده‌اند، پایبندی به عینیت در مقام نظر نیز لزوماً مطلوب نیست. در اسلام، حریم خصوصی با حقوق و آزادیهای مانند منع تجسس، تحسس و تفتیش، استراق بصر و سمع و... تعریف می‌شود (انصاری، ۱۳۸۶، ۶۵). انعکاس تمامی موارد یادشده و برای مثال احوال یک شخص در زندگی و محیط خصوصی خانواده خود می‌تواند مطابق عینیت باشد، اما بی‌تردید مطابق اصول اخلاقی و دین نیست؛ از این رو مطابقت با عینیت نمی‌تواند هدف غایی رسانه اصیل باشد، بلکه مهم‌تر از آن، باید به دینی و اخلاقی بودن رسانه توجه شود و این دینی و مطابق اصول اخلاقی بودن به بهترین شکل در ایدئولوژی انقلاب اسلامی، که آرمان‌گرایی واقع‌بینانه با روش مدیریت انقلابی است، خود را به اثبات می‌رساند.

#### ۵. از ایدئولوژی واقع - مادی‌گرایانه تا ایدئولوژی آرمان - معناگرایانه

مارکس، نگاه تحقیرآمیزی به ایدئولوژی دارد و آن را نوعی آگاهی کاذب معرفی می‌کند که متناسب با نظام مادی تولید — مثلاً برده‌داری، فئودالیته و بورژوازی — پدید می‌آید. از آنجاکه این شرایط استثمار است و به شیء‌گشتگی انسان می‌انجامد و الیناسیون را به وجود می‌آورد، ناگزیر ایدئولوژی

برخاسته از آنها نیز منفی و غفلت‌آفرین است. مارکس در این تلقی خود، متأثر از هگل بود که اعتقاد داشت «ایده»، «آرمانها»ی برخاسته از واقعیت‌های عادی و اجتماعی است (یوسفی اشکوری، ۱۳۷۹، ۶۲).

در ایدئولوژی اسلامی باید کوشید این ایدئولوژی را متناسب با قرآن طراحی و تداعی نمود؛ در این صورت دیگر ایدئولوژی اسلامی، انتقاد مارکس را نمی‌پذیرد. از سوی دیگر، ایدئولوژی اسلامی برخلاف ایدئولوژیهای مادی شیء‌گرایانه، به شیء‌گشتگی و از خودبیگانگی انسان منتهی نمی‌شود، بلکه سبب رهایی او از این دو پدیده می‌شود.

مهم‌تر از همه آن است که ایدئولوژی اسلامی، برخلاف ایدئولوژیها و آرمانهای مادی، که انعکاس واقعیت‌های اجتماعی‌اند، باید بازتاب بنیانهای پیشینی و نزولی قرآنی باشند تا واقعیت و حقیقت در اتصال و هماهنگی با یکدیگر قرار گیرند.

رسانه اسلامی با اتکا به این گونه ایدئولوژی — آرمان‌گرایی واقع‌بینانه یا همان قرآن‌بنیان — سبب پیوند و آشتی و در عین حال تعالی آرمان و واقعیت خواهد شد. ایدئولوژی قرآن‌بنیان اسلامی، نه انعکاس صرف واقعیت، بلکه عمدتاً سازنده آن و نهایتاً در پیوندی دیالکتیکی با واقعیت است.

در مرحله اطلاعات نیز تأثیرگذاری ایدئولوژی آشکار است. این تأثیرگذاری را در مربع ایدئولوژیک مشخص می‌شود: اطلاعاتی که برای ما خوب است و برای دیگران بد، به صراحت بیان می‌شود و برعکس (ون دایک، ۱۳۸۶، ۱۰۲).

سایت‌های علمی اینترنتی که در حوزه علوم تجربی فعالیت می‌کنند نیز ایدئولوژیک‌اند؛ زیرا دراصل علم هم وجوه ایدئولوژیک و ارزشی دارد. تعریف ما از علم هرچه باشد — چه تعریف دانشمندان مدرنیته و چه تعریف دانشمندان پست‌مدرن که تعریف نسبی‌گرایانه است — این پیش‌فرض را دارد که علم، دارای مبانی است. وجود مبانی غیرعلمی در علم، امروز از مسلمات فیلسوفان علم است. این مبانی همواره مفروض دانشمندان است و آنها از آن مبانی برای تأسیس یک نظریه و توجیه آن بهره می‌جویند؛ هرچند ممکن است خود دانشمندان علوم تجربی متوجه آن مبانی نباشد؛ برای مثال اصل علیت یکی از مبانی متافیزیکی در علوم جدید است که این علوم آن را از فلسفه گرفته‌اند و خود درباره اصل علیت هیچ گونه داوری ندارند. همچنین می‌توانیم به این مبنا اشاره کنیم که درباره امور مادی باید به وسیله تجربه تحقیق کنیم؛ این در حالی است که خود این اصل، اصلی تجربی نیست. وجود مبانی ارزشی و متافیزیکی در علم بسیار ظریف است و فقط با دقت می‌توان بخشی از آنها را نشان داد (رشاد، ۱۳۸۹، ۲۵۳).

بی‌طرفی به معنای بی‌جهتی و نیز اینکه رسانه‌ای گرایش قوی‌تری نداشته باشد، ناممکن است. رسانه در مقام باید و نیاید، باید به طرف حق و حقیقت حرکت کند و نشانگاه (goal) خویش را رسیدن به آرمان یا حقیقت و به عبارتی خلاصه‌تر و ترکیبی «آرمان حقیقت» بداند. برای تحقق این هدف

لازم است رسانه از یک طرفه بودن بپرهیزد و نه از طرفداری. مقام معظم رهبری به درستی در نقد رسانه‌های غربی انگشت تأکید بر یک طرفه بودن رسانه‌های غربی می‌نهد. رسانه آرمانی در منظومه فکری رهبری، رسانه‌ای است دوطرفه و حتی چندطرفه، که بی تردید به آرمان‌ها نظر دارد و در عین تفسیر و بازتاب صادقانه واقعیت، رویش به سوی آرمان است؛ رسانه‌ای که عزیمت خود را نه افشاگری، بلکه کشف حقیقت می‌داند و نیز دستیابی به آن. دستیابی به حقیقت ممکن است نه با گفتن واقعیت، بلکه با کتمان آن حاصل شود.

## ۶. سازوکار رسانه غربی و اسلامی

در عملکرد و سازوکار رسانه‌ای سه دستورالعمل کارکردی وجود دارد:

۱. اثر عاطفی - واکنش عاطفی (affect): قضاوت عاطفی و شخصی یک فرد درباره امور مختلف؛

۲. داوری (که هنجاری و ارزشی است): ارزیابی هنجاری رفتارهای بشری؛

۳. دریافت: ارزش‌گذاری اشیا، مصنوعات، متون، وضعیتها و در کل آنچه خارج از پیکر انسان، اما حاصل کار و خلاقیت اوست. هر سه مقوله، در بردارنده نوعی قضاوت و ارزیابی توسط انسان هستند؛ برای مثال در مقوله عاطفه، انسان عاطفه دیگری را با توجه به ایدئولوژی و نوع قضاوت خود تحت تأثیر قرار می‌دهد (وایت، ۱۳۸۶، ۵۷).

اسلام نیز بر اثر عاطفی گذاشتن بر مخاطبان تأکید می‌کند و از سوی دیگر به اثر عقلانی نیز به‌طور ویژه توجه می‌نماید. با رجوع به قرآن این موضوع آشکارا مشاهده می‌شود. باید توجه کرد که برخلاف آنچه در غرب به‌صورت پارادایم غالب پذیرفته شده است، در اسلام عقل و عاطفه نه تنها روبه‌روی یکدیگر قرار نمی‌گیرند، بلکه مکمل و همراه هم هستند. قضاوت در رسانه اسلامی متکی بر ایدئولوژی قرآن‌بنیان یا اسلامی است و عدالت، رکن مهم این ایدئولوژی است (یوسف مصطفی، ۱۳۸۶، ۲۷۹-۲۷۸)؛ برای نمونه در سازوکار داوری، در مواجهه با متون مختلف، رویکرد تأویلی نسبت به متون، که همان به اول و اصل برگرداندن متن است، رویکردی حقیقت‌گراست که به درستی از قرآن استخراج می‌شود.

### ۶-۱. از مربع ایدئولوژیک واقع‌گرایانه تا مربع ایدئولوژیک در آرمان‌گرایی واقع‌بینانه

مربع ایدئولوژیک ون دایک آن چیزی است که در واقعیت وجود دارد، اما واقعیتی که بی‌توجه و التزام واقعی و عملی به حقیقت یا آرمان برساخته شده است (غیاثیان، ۱۳۸۶، ۲۰۶)، اما در الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه، مربع ایدئولوژیک به گونه‌ای دیگر است؛ زیرا اساساً برخلاف الگوی رئالیستی یا واقع‌بینانه ون دایک، اصالت در آن با واقعیت نیست، بلکه حقیقت و آرمان اصالت‌مندی

(Authenticity) راستین دارد و عنوان آرمان‌گرایی در آرمان‌گرایی واقع‌بینانه حاکی از گرایشهای آرمانی در این الگوست که برای حصول آرمانها یا رسیدن بدانها، واقعیت را نیز در نظر می‌گیرد و به گونه‌ای انقلابی درصدد تغییر آن برمی‌آید. البته این تغییر انقلابی، دفعی و آنی و از نوع شهودی صرف نیست، بلکه همراه عقلانیت، منطق استدراج را به جای ایده پویری - لیبرالی «مهندسی تدریجی» در نظر می‌گیرد.

در الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه و مربع ایدئولوژیکی که با توجه به آن طراحی می‌شود، کماکان همچون الگوی واقع‌گرایی، گروه خودی و غیر خودی وجود دارد.

در نهایت در مربع ایدئولوژیکی که در نظرگاه آرمان‌گرایی واقع‌بینانه تداعی می‌شود، در برابر مؤلفه‌های چهارگانه مربع ایدئولوژیکی رئالیستی، چهار مؤلفه متضاد قرار می‌گیرد که به شرح زیر است:

۱. تأکید بر نکات مثبت ما؛

۲. تأکید بر نکات منفی آنها؛

۳. رفع تأکید از نکات منفی ما؛

۴. رفع تأکید از نکات مثبت آنها.

و در مقابل، در الگوی آرمان‌گرایی واقع‌بینانه، نخست باید به جای واژه «تأکید» که معادل «برجسته‌سازی» است و همواره برجسته‌سازی در رسانه امری به معنای غلو کردن و زیر پا گذاشتن اصول اخلاق است، از واژه «توجه» که خالی از سوگیری پیش‌داورانه است، بهره برد:

۱. توجه به نکات مثبت ما؛

۲. بی‌توجهی به نکات منفی آنها؛

۳. توجه به نکات منفی ما؛

۴. توجه به نکات مثبت آنها.

یکی از کارکردهای مهم و پرکاربرد ایدئولوژیک زبان، بهره‌گیری از راهکار مثبت‌نمایی خود و منفی‌نمایی دیگری است و اساس آن برپایه همان مربع ایدئولوژیکی است که پیش از این به آن اشاره شد (غیاثیان، ۱۳۸۶، ۲۰۷). مثبت‌نمایی بار منفی دارد؛ به دلیل قید «نمایی» در این دو واژه، این دو ویژگی در رسانه اسلامی نباید وجود داشته باشد. مثبت‌سازی و منفی‌سوزی باید هدف رسانه اسلامی باشد. از این دو هدف می‌توان با عنوان مرسوم و دینی امر به معروف - ایجاب یا مثبت‌سازی - و نهی از منکر - سلب یا منفی‌سوزی - یاد کرد. رسانه اسلامی، نه مثبت‌نما و نه منفی‌نمای صرف است، بلکه هم نمای مثبت و هم نمای منفی امور را به تصویر می‌کشد تا این گونه التزام به عدالت محقق شده باشد و نیز بدین‌سان مربع ایدئولوژیکی در رسانه اسلامی به «مربع عدالت» تبدیل می‌شود.<sup>۳</sup>



## ۷. اخلاق و سیاست

در سیاست دینی، برخلاف سیاست غیردینی، اخلاق نه تنها متعارض با سیاست نیست، بلکه لازمه و اصل قوام‌بخش آن است.

سروش در مقاله «ارزیابی معنا و مبنای سکولاریسم» می‌گوید: اگر دین در سیاست مداخله کند، قداست خود را از دست خواهد داد (همان، ۳۶۱). سروش می‌گوید: «وقتی سیاست غیرمقدس، یعنی علمی، و دین مقدس می‌ماند، آن دو از هم جدا می‌شوند و جدایی دین از سیاست در سکولاریسم به این معناست» (نصری، ۱۳۸۳، ۳۶۲).

در حقیقت جداانگاری اخلاق و سیاست، همانند جداانگاری دین و سیاست در سکولاریسم ریشه دارد که خصلت ذاتی آن دوگانه‌انگاری دکارتی است. دوگانه‌انگاری دکارتی و مدرن میان دین و دنیا، دنیا و آخرت، سوژه و ایزه و... تقابل می‌نهد. البته در مسیحیت نیز زمینه‌های دوگانه‌انگاری وجود دارد و اگر دکارت راه را اشتباه می‌رود، این مسئله از مسیحیت تحریف‌شده نیز ناشی شده است؛ مسیحیتی که روی آوری به دنیا را سبب از دست دادن آخرت می‌داند و نیز شعار «کار مسیح را به مسیح واگذار کن و کار قیصر را به قیصر» سر می‌دهد. جالب اینجاست که تمایز و تقابل نهادن میان ارزشها و واقعیتها و به طبع اخلاق و سیاست نه تنها در مسیحیت کاتولیک، بلکه در مسیحیت پروتستانی و مدعی اصلاح نیز وجود دارد و جالب‌تر آن است که پروتستانتیسم خود یکی از ریشه‌های سرمایه‌داری و نیز لیبرال - دموکراسی می‌شود. کاپیتالیسم یا سرمایه‌داری و لیبرال دموکراسی نیز در برابر اسلام قرار می‌گیرد (آریلاستر، ۱۳۷۷، ۱۶۰-۱۶۴). دلایل اصلی مخالفت اسلام با دموکراسی غرب، فقدان بنیانهای اخلاقی در آن است؛ زیرا اخلاق و سیاست در نزد اسلام پیوند والایی دارند (لاهوری، ۱۳۶۸، ۱۴۳-۱۴۲). با رویکردی آسیب‌شناسانه نسبت به سیاست جهانی در قرن بیستم از سیاست نبوی به جای سیاست فرعونی باید سخن گفت که برخلاف سیاست فرعونی، که مبتنی است بر تخریب جان و جهان و کشاندن انسانها به زنجیر، بر آزاد کردن انسانها و قرار دادن فضایل به جای ردایل تأکید می‌کند (فضلی، ۱۳۸۵، ۲۶۹). سیاست فرعونی همان تعبیر دیگر سیاست ماکیاولیستی تھی از اخلاق عمومی است: «ماکیاولی بر اساس استنباطی که از سیاست دارد برای فراهم آوردن شرایط تحکیم دولت، هر کاری را مجاز می‌داند و به همین سبب سیاست را از هر گونه جنبه تقدس‌عاری می‌شمارد... از زمان ماکیاولی ما شاهد جدایی سیاست از تقدس هستیم...» (جهانگلو، ۱۳۷۲، ۱۷، ۲۱، ۲۲؛ زرنشاس، ۱۳۸۰، ۴۰).

در واقع سکولاریسم با جدا کردن راه سیاست از امر مقدس و تقدس، راه را برای ماکیاولیسم و اخلاقیّت مادی‌گرایانه هموار می‌سازد. از آن سو اسلام پیوند عمیقی میان امر قدسی یا دینی و امر دنیوی می‌بیند. دولت و حکومت در اسلام تلاشی است تا آنچه روحانی و قدسی است در قالب ساختارها و سازمانهای بشری جنبه عینی، عملی و دنیوی بگیرد (لاهوری، ۱۳۶۸، ۱۷۷). اسلام

جدایی دین و دولت را نمی‌پذیرد. در این دین یک حقیقت وجود دارد که از یک زاویه، دستگاه دینی و از زاویه دیگر، دستگاه حکومتی دیده می‌شود، ولی هر دو یکی است و حتی دو روی یک سکه نیست (همان، ۱۷۶).

## ۸. مدیریت انقلابی

تقابل نهادن میان مدیریت، همانند تقابل نهادن میان روح و جسم در نزد دکارت و اندیشه مدرنیته، در دوگانه‌انگاری آرمان و واقعیت نیز ریشه دارد. چنان‌که می‌دانیم، هم‌اکنون لیبرالیسم پارادایم حاکم بر جهان است. در واقع یکی از ویژگی‌های لیبرالیسم تمایز نهادن میان انقلابی‌گری و مدیریت و نیز آرمان و واقعیت است: «این جدایی قلمرو دینی و معنوی از قلمرو دنیوی و مادی (مطروح و پروتستان‌تیسیم) را می‌توان یکی از ویژگی‌های لیبرالیسم، یعنی تمایز میان ارزشها [آرمانها] و واقعیتها دانست» (آربلاستر، ۱۳۷۷، ۱۶۴-۱۶۰).

در عرصه بین‌الملل، نظریه‌های ایدئالیستی که در دامان لیبرالیسم مطرح شده چندان محل توجه نبوده‌اند و کماکان گفتمان غالب، رئالیسم و واقع‌گرایی است. رسانه‌های بین‌المللی نیز به مثابه بازتاب‌دهنده این وضعیت، در عین حال خود محصول بازنمایی این پارادایم غالب و چیره هستند.

در شرایطی که واقع‌گرایی مادی‌گرایانه، پارادایم غالب بر روابط بین‌الملل است، مشی بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران، که مبتنی بر آرمان‌گرایی واقع‌بینانه — نظریه خردمندانه مقام معظم رهبری — است، توانسته است ساختارهای متصلب ماهیت روابط بین‌الملل را بشکند و در آن انعطاف بی‌سابقه‌ای ایجاد کند. آرمان‌گرایی واقع‌بینانه آن چیزی است که واقعیت و نیز واقعیت حاکم بر جهان را که واقع‌گرایی و رئالیسم خشن است، می‌بیند و آن‌گاه با نظر به آرمانها به مثابه مصباح و میزان رفتار در صحنه بین‌الملل، واقعیت را در مسیر دستیابی به آرمانها تغییر می‌دهد و مدیریت می‌کند. این مدیریت، از آنجاکه هم با انتظام‌بخشی و هم با انقلابی‌گری یا آرمان‌گرایی همراه است، همان چیزی است که در سفر خراسان شمالی، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با عنوان «مدیریت انقلابی» مطرح فرمودند.

با اتکا به «آرمان‌گرایی واقع‌بینانه» به مثابه نوعی «هستی‌شناسی» و «مدیریت انقلابی» به منزله گونه‌ای «روش‌شناسی»، امروزه اسلام به عنوان یک مکتب غنی و پر توان و دارالاسلام به عنوان واحد سیاسی آن، می‌تواند تأثیرگذارترین واحد سیاسی در صحنه بین‌الملل باشد.

رسانه اسلامی نیز بر مبنای اندیشه‌ای انقلاب اسلامی که همانا مدیریت انقلابی و آرمان‌گرایی واقع‌بینانه است، رسالت ساختار شکنی گفتمان غالب بر شرایط بین‌الملل — گفتمان رئالیستی مادی — را عهده‌دار است.

## ۹. ایراد نظریه پردازان؛ نقش آنها در آرمان‌گرایی غیرواقع‌بینانه

رسانه‌های بسیاری در عرصه نظریه‌پردازی حضور دارند که اغلب زبان آکادمیک یا به تعبیر دقیق‌تر نخبه‌گرایانه را برای بیان برمی‌گزینند. بسیاری از این رسانه‌ها (که سایت‌های تحلیلی - تبیینی، نشریات و... را شامل می‌شوند) خود مدیران مسئول یا سردبیرانی اهل نظر و نظریه‌پردازی دارند. با نظر به موارد یادشده نیاز است به آسیب‌شناسی حوزه نظریه‌پردازی، که در رسانه‌ها اصلی‌ترین انعکاس و محل خویش را می‌جوید، توجه شود. اینجا چون روی سخن ما با نظریه‌پردازان است و این گروه والاترین گروه در عرصه فکری هستند، ناچار باید به شیوه خود آنان، نظری سخن گوئیم.

نظریه‌پرداز باید اطمینان باید که مشاهده و اعتقادات او و نیز کسی که درباره او پژوهش می‌کند صرفاً محصول فرافکنی<sup>۴</sup> یا انتقال یا جابه‌جایی روانی او و فرد مورد پژوهش نیست. تصویر آرمانی انسانها از آرمانشهر و نیز انسان آرمانی ممکن است محصول فرافکنی و نیز از خودبیبگانگی باشد. رابرت تاکر از خودبیبگانگی را مشکلی روحی و روانی و نتیجه خواسته‌های مفرط نفس می‌داند که ناظر به آرمان‌گرایی زیاده‌خواهانه و غیرواقع‌بینانه است (اسپریگنز، ۱۳۷۷، ۸۷-۸۵). نظریه‌پرداز باید فرافکنیهای فردی خویش و آرمان‌گراییهای افراطی که انتقادات رادیکال از اوضاع سیاست و اجتماع را در پی خواهد داشت کنترل و تعدیل کند تا بتواند نظری راهگشا و اصلاحی مطرح نماید.

ذکر این نکته ضروری است که آرمانی بودن تفکر یا امری هرگز آن را از وجوه واقعی تهی نمی‌سازد. آرمانشهر هرگز در برابر واقعیت یا امری غیرواقعی نیست، بلکه تنیده شده با واقعیت است. همان‌گونه که اسپریگنز می‌گوید: «مفهوم آرمانشهر به زبان پل تیلیش «امکاناتی را ارائه می‌دهد که اگر آرمانشهر پیش‌بینی نمی‌کرد، از دست می‌رفتند. آرمانشهر پیش‌بینی‌کننده دستاوردهای بشر است و ثابت شده است که بیشتر چیزهایی که آرمانشهر پیش‌بینی کرده است تحقق یافته‌اند» (همان، ۱۲۲).

و باز تیلیش می‌گوید: «... بدون پیش‌بینی‌های آرمانشهر، زندگی بشر راکد می‌ماند... انسان خود را در وضعی می‌بیند که نه فقط رشد فرد، بلکه تحقق فرهنگی امکانات بشری نیز متوقف می‌شود...» (همان، ۱۲۶).

به‌راستی همچنان که مقام معظم رهبری تأکید کرده‌اند، نباید آرمان‌گرایی را با پرخاشگری یکسان دانست و نیز نباید مصلحت را امری منفور پنداشت. آنچه از نگاه رهبری مستفاد می‌شود این است که میان مصلحت‌گرایی و آرمان‌گرایی تقابلی وجود ندارد. ایشان فرمودند: «هیچ منافاتی وجود ندارد بین وظایفی که جوانی و آرمان‌گرایی به انسان دیکته می‌کند و بین ملاحظه مسائل مدیریتی کشور، ملاحظه تدبیر و درایت مدیریتی در کشور...».

اما آرمانشهر در عین حالی که هادی واقعیت است، اگر فارغ از تفکرات جمعی و دینی باشد، به بیراهه خواهد رفت. آرمانشهر مهدوی به مثابه چراغ فانوس راهنمایی در دریای تلاطم واقعیتهاست و کمک

می‌کند تا هرگز نه خویش را غرق سازیم و نه همراهانمان را.

آرمانشهر، که انسان و جامعه آرمانی را شامل می‌شود، به مثابه سنجه و مقیاس داوری عمل می‌کند و انتقاد افراد از جامعه و انسان زمانه‌شان، تا حدی حاصل آن است: «معیارهایی که نظریه پرداز برای جامعه بازسازی شده خیالی خود در نظر می‌گیرد، «هنجارهایی» برای زندگی سیاسی نیز هست... هنجار؛ شکل، طرح و یا مفهومی است که به عنوان محک و معیار به کار می‌رود... نظریه پرداز از بیش خود از جامعه خوب — و انسان خوب — به صورت معیار استفاده می‌کند و با آن شکل‌گرفتنی جامعه را می‌سنجد» (همان‌جا).

برخی نیز آرمانشهر را برابرنهاد اوضاع نابهنجار کنونی و سنجه‌ای برای داوری درباره جامعه‌های ناسازگار و نامطلوب می‌دانند (اصیل، ۱۳۸۱، ۱۷).

#### ۱۰. هستی‌شناسی؛ به مثابه بنیان فاعل و فعل (ذهن و عمل) در رسانه

در این بخش تفکرات اقبال لاهوری به عنوان مؤسس گفتمان مجدد و احیاگر در اسلام — در دوران جدید — (رشاد، ۱۳۸۹، ۱۲۳) و نیچه به منزله پیچ عبور از مدرنیسم به پست‌مدرنیسم — و پدر پست‌مدرنیسم — تحلیل شده است تا از این رهگذر، تفاوت بنیادی رسانه اسلامی — که باید در عصر جدید در پی احیای دین باشد — و گفتمان پست‌مدرنیستی که جهان و ماهیتی نیچه‌ای دارد آشکار گردد.

میان هستی‌شناسی و اندیشه سیاسی — اجتماعی رابطه‌ای ناگسستنی وجود دارد که بیش از شرایط بیرونی زندگی انسان بر رفتار اجتماعی او مؤثر است؛ به گونه‌ای که می‌توان گفت نظام سیاسی — اجتماعی زاینده طرز جهان‌بینی جامعه و فرع بر نوع نگاه آنان است. هستی‌شناسی نخستین مبنای هر اندیشه سیاسی و اجتماعی است و برای شناخت ماهیت اندیشه سیاسی و اجتماعی هر رسانه‌ای و نیز اصحاب رسانه شامل مؤلفان و مترجمان و... نخست باید هستی‌شناسی نهفته در پشت تجلیات و تفکرات رسانه‌ای را دریافت (طباطبایی‌فر، ۱۳۸۴، ۲۹۲). بنابراین پرداختن به هستی‌شناسی به عنوان مبنایی برای هر گونه اندیشه سیاسی و اجتماعی که در رسانه بیش از هر جایی مطرح می‌شود، ضروری می‌نماید.

در ادامه ملاحظه خواهیم نمود که هستی‌شناسی اقبال و گفتمان احیاگری، مبتنی بر هماهنگی میان آرمان و واقعیت و ارزش نهادن به تجربه در عین تقدس اصول، و از سویی هستی‌شناسی نیچه‌ای یا پست‌مدرنی بر تعارض میان آرمان و واقعیت تأکید می‌کند؛ همچنین پست‌مدرنیسم و اندیشه نیچه‌ای، به آرمان و حقیقت نظر خوشی نمی‌افکند. این گونه اندیشه‌ها با حقیقت و امور ذاتی یا ذاتی بودن امور مخالفت و در برابر آن، از نسبی‌گرایی یا چشم‌اندازگرایی دفاع می‌کنند. این نسبیت و هرهری‌مسلكی

آن چیزی است که آشکارا امروز در رسانه غربی مشاهده می‌شود. فقدان اصول ثابت و نیز فارغ بودن رسانه غربی از التزام به حقیقت و تحقق آرمانها از سویی و تسلیم شدن محض به واقعیتهای روزمره از سویی دیگر، از ویژگیهایی است که هم در پست‌مدرنیسم و هم در اندیشه نیچه بارز است. نیچه امکان شناخت «سرشت جهان به‌طور فی‌نفسه» را ناممکن می‌داند؛ او می‌گوید: ما انسانها در قلمرو ایده‌ها هستیم و هیچ شهودی نمی‌تواند بر آگاهی ما بیفزاید. نیچه در بحث چشم‌اندازگرایی خویش، به نسبی‌گرایی و نرسیدن به شناخت یقینی معتقد است (نیچه، ۱۳۸۹، ۹۱).

اما اکنون باید هستی‌شناسی را تعریف کرد تا سپس بتوان آن را به مثابه بنیان فاعل و فعل (ذهن و عمل) در رسانه دریافت. مقصود از هستی، جهان خارج از ذهن، چون طبیعت و کیهان است که انسان به طریق ذهن بدان آگاهی می‌یابد (ابن‌رشد، ۷۹)؛ بنابراین هستی‌شناسی شامل کیهان‌شناسی نیز می‌شود. از لحاظ ریشه‌شناسی، اصطلاح «آنتولوژی» (Ontology) همان علم وجود یا هستی‌شناسی است. از این اصطلاح دو تعبیر و معنا استنباط می‌شود:

۱. برخی از فیلسوفان با قرار دادن هستی‌شناسی در مقابل پدیدارشناسی، از هستی‌شناسی علم به ذوات معقول یا به اصطلاح کانت به «نومن» (Nomen) یا شیء فی‌نفسه مراد می‌کنند نه شناخت ظواهر یا پدیدارها (فولکیه، ۱۳۷۸، ۳).

۲. معنی متعارف و کلاسیک هستی‌شناسی، شناخت و علم موجودهای جزئی نیست، بلکه علم به وجود به نحو کلی و عام است؛ یعنی وجودی که در تمام موجودات یافت می‌شود. از اینجاست که اصطلاح مابعدالطبیعه عمومی یا علم وجود از آن جهت که وجود است و دارای صفات ذاتی است به میان می‌آید. ارسطو نیز در تعریف فلسفه اولی یا هستی‌شناسی، آن را دانش مطالعه وجود از آن جهت که وجود است (من حیث هو هو) و فهم صفات ذاتی آن می‌داند (همان، ۴ و ۳).

نیچه نه معنای کلاسیک هستی‌شناسی را قبول دارد و نه معنای جدید آن را؛ زیرا او در برابر تعریف جدید با شیء فی‌نفسه کانتی مخالف است و در مقابل معنای کلاسیک با امر عام، کلی و نیز اولی دشمنی می‌کند؛ بنابراین باید گفت که نیچه با هستی‌شناسی و امکان شناخت هستی مخالف بوده است. او نیز مانند هگل افزون بر اینکه با «شیء در خود» و هر مفهوم متافیزیکی که حاکی از «واقعیتی» مستقل از تجربه و ادراک انسانی، یا ذات نهفته در پس ظواهر محسوس و ملموس باشد و نیز با هر نوع اندیشه جوهرگرا مخالف است (نیچه، ۱۳۸۹، ۱۲). در نگاه نیچه، خود فی‌نفسه یک «دغلكاری برتر» و «آرمانی» است (کوفمان، ۱۳۸۸، ۱۲۴). این متفکر پست‌مدرن کارکرد معرفت و ذهن را تنها برای مهار زندگی مفید می‌داند و انسان را قادر به شناخت هستی و شدن نمی‌داند (گادامر، ۱۳۸۷، ۱۲)؛ بنابراین او به دانش شناخت هستی یا هستی‌شناسی اعتقاد ندارد. از آن سو اقبال درباره هر دو معنای هستی‌شناسی تأمل و مطالبی مطرح نموده است.

اقبال در هستی‌شناسی خویش و برای تبیین آرمان‌گرایی واقع‌بینانه بر آن است که روش صوفیانه در

جهان اسلام، که بر اساس «وحدت وجود» پایه‌گذاری شده است، حقیقت خودی یا فردیت را انکار می‌کند و انسان را به خودانکاری می‌کشاند. در برابر این خودانکاری، او آرمان دینی و اخلاقی بشر را در خود - اثباتی می‌بیند که مبتنی است بر هر چه فردتر شدن انسان (صابر، ۱۳۸۸، ۱۸۳). از نظر او وحدت وجود، عده زیادی از مسلمانان را به طرف نفرت و انزجار از فعالیت و زندگی سوق داده است (سعیدی، ۱۳۷۰، ۹۹ - ۹۸). وی با مکتب وحدت وجود از ریشه مخالف بود؛ زیرا این مکتب نه مرکز محدود تجربه را قبول دارد و نه جهان را واقعیتی عینی به‌شمار می‌آورد (صابر، ۱۳۸۸، ۱۸۱). اقبال تأکید می‌کند که اندیشه اسلامی نگاه خویش را بر امور ذاتی و ملموس، یعنی آنچه محدود به حدود است، دوخته است؛ بنابراین هر تحقیقی باید از ذاتیات آغاز شود و این بدان معناست که وجود مقدم بر اندیشه یا ماهیت است (کافی، بی تا، ۶۲). در برابر اقبال، که به ذاتیات برای امور قائل است، نیچه امور را از ذات تهی می‌کند تا جایی که به همین سبب از سرچشمه‌های اصلی تحلیل گفتمان به عنوان فلسفه‌ای ذات‌زدا می‌شود؛ زیرا تحلیل گفتمان نیز ذات‌زداست.<sup>۵</sup>

نیچه به شدت با آرمان‌گرایی و مفهوم آرمان سر ستیز دارد و از نگاه او هیچ گونه همزیستی میان آرمان و واقعیت نمی‌تواند وجود داشته باشد و آرمانها را حاصل بزدلی و ترس انسانها از رویارویی با واقعیت می‌انگارد؛ درحالی‌که اقبال باور دارد که اگر زندگی بدون آرمان و مجاهده باشد، بقایی ندارد (لاهوری، ۱۳۷۹، ۱۴۶). از آن سو نیچه، به گونه‌ای رادیکال علیه آرمان و آرمان‌گرایی داد سخن سر داده و ضعیفان را از آن‌رو به وضع آرمانی مایل می‌داند که به سبب ضعف و زبونی، از آری گویی به واقعیت گریزان‌اند و با ساختن وضعی آرمانی و دروغین، خود را از واقعیت و ترس عبور می‌دهند (کوفمان، ۱۳۸۸، ۱۹۰). نیچه حتی از جست‌وجوی متافیزیکی خاستگاه پرهیز می‌کند و در هستی‌شناسی خویش، مخالف متافیزیک است (کهن، ۱۳۹۰، ۳۷۳).

او در بحث چشم‌انداز‌گرایی خویش، با کل‌گرایی و وحدت معرفتی مخالفت می‌کند و در دشمنی خود با توحید و مفهوم خدا، از تصادفی بودن همه امور و بی‌برنامه بودن هستی دفاع می‌کند (زیباکلام، ۱۳۷۸، ۱۹۳). در مقابل نیچه و تفکر پست‌مدرنی، رسانه اسلامی مانند آنچه در تفکر پدر گفتمان احیاءگری و سپس اعتلا‌دهنده آن - یعنی امام خمینی (ره) - مطرح می‌شود، باید کل‌گرا، قائل به حقیقت ذاتی، شناخت مطلق و اصالت متافیزیک به عنوان مفروضات خود باشد تا آن‌گاه بر مبنای این مبانی و مفروضات بتواند به سوی اسلامی شدن برود.

## ۱۱. از ابرواقعی ضدحقیقت تا ابرواقعی معطوف به حقیقت

ژان بودریار - متفکر پست‌مدرن و ضد حقیقت - در بحث از جهان مجازی مدعی می‌شود که به جای مجازی و غیرواقعی بودن، از رسانه باید به منزله ابرواقعی تعبیر نمود؛ زیرا رسانه اهمیتی مضاعف نسبت به واقعیت یافته است و درواقع دیگر نمی‌توان به واقعیت دست یافت، بلکه مواجهه ما

فقط با چیزهایی است که رسانه‌ها به ما می‌دهند. پیش از این نیز فرانسوا لیوتار — نخستین فیلسوف پست‌مدرن — نشان داده بود که تصویر واقعیت از خود واقعیت مهم‌تر است. این غلبه تصاویر بر واقعیت در روان‌شناسی سیاسی نیز امروزه محل تأکید است (مشیرزاده، ۱۳۸۹، ۱۴۲-۱۳۹). آنچه بودریار در مفهوم ابرواقعی بودن در نظر دارد، در واقع از یک امر فروواقعی و دون واقعیت بودن رسانه خبر می‌دهد؛ زیرا رسانه غربی با تحریف واقعیت و یک‌طرفه بودن، واقعیت را به ابتدال‌کشانده و خود نیز دون آن قرار می‌گیرد؛ بنابراین اجازه می‌خواهم تا به جای ابرواقعی از مفهوم «فروواقعی» یا به جای زبرواقعی از «زبرواقعی» بهره ببرم.

در مقابل باید گفت که در رسانه اسلامی، ابرواقعی یا فراواقعیت معطوف به حقیقت خواهد بود؛ حقیقتی که در حکم منشأ و نیز علت غایی و هدف عالی است.

رسانه اسلامی، ابرواقعی حقیقی است؛ زیرا با در نظر گرفتن ورع و صداقت به عنوان روش‌هایی دینی، حقیقت را که فراسو و فرادست واقعیت است — و نیز آنچه واقعیت متناسب با آن باید تغییر داده و هدایت شود — هدف و غایت نهایی خویش قرار می‌دهد. این گونه است که رسانه اسلامی در ذیل و ظل آرمان‌گرایی واقع‌بینانه معطوف به حقیقت، و مدیریت انقلابی با سه ضلع ورع، صداقت و تخصص شکل می‌گیرد. در حقیقت می‌توان گفت که آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه هستی‌شناسی — که باید دین‌محور و قرآن‌بنیان باشد — و مدیریت انقلابی به مثابه روش‌شناسی متحقق خواهد شد.

برخلاف رسانه غربی که به گفته بورگن هابرماس، محصول دمادم در تغییر و نسبی‌زیست جهان است و همچون نامهرسانی است که صرفاً بازتاب‌دهنده و مقهور زیست جهان است (ام هور، ۱۳۸۶، ۹۵)، رسانه اسلامی با اتکا به اصل آزادی و اختیار در اسلام، به تغییر واقعیت و مفهوم خلیفه‌الهی، که همانا برتری و سروری انسان در گیتی است، می‌اندیشد. البته باید این نکته را در نظر گرفت که نگاه هابرماس به رسانه نگاهی خوش‌بینانه است؛ زیرا کار آن را به کار نامهرسان تقلیل داده است، درحالی‌که رسانه نه تنها در شاکله نامهرسان، بلکه در محتوای نامه نیز متجلی است و خواه‌ناخواه واقعیت را تغییر می‌دهد. این تغییر واقعیت در رسانه غربی عمدتاً با تحریف واقعیت متناظر است، اما در رسانه اسلامی با حاکم بودن آرمان‌گرایی واقع‌بینانه معطوف به حقیقت و روش مدیریت انقلابی، در پی قلب واقعیت و متحول کردن آن است تا بدین طریق حرکت از وضع موجود به وضع موعود محقق گردد.

#### نتیجه:

با اتکا به «آرمان‌گرایی واقع‌بینانه» به مثابه نوعی «هستی‌شناسی» و «مدیریت انقلابی» به منزله گونه‌ای «روش‌شناسی»، امروزه اسلام از رهگذر رسانه اسلامی، می‌تواند وجود داشته باشد.

به راستی همچنان که مقام معظم رهبری تأکید کرده‌اند نباید آرمان‌گرایی را با پرخاشگری یکسان دانست و نیز نباید مصلحت را امری منفور پنداشت. آنچه از نگاه رهبری مستفاد می‌شود این است که میان مصلحت‌گرایی و آرمان‌گرایی تقابلی وجود ندارد. ایشان فرمودند: «هیچ منافاتی وجود ندارد بین وظایفی که جوانی و آرمان‌گرایی به انسان دیکته می‌کند و بین ملاحظه مسائل مدیریتی کشور، ملاحظه تدبیر و درایت مدیریتی در کشور...».

در بیان یادشده، افزون بر تأکید رهبری بر آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به مثابه سیستم و پارادایم حاکم بر انقلاب اسلامی، به صراحت می‌توان لزوم مدیریت انقلابی را که روش انقلاب اسلامی است، مشاهده نمود. همچنین نباید از این نکته غافل بود که مقام معظم رهبری در نهایت اصالت را در میان آرمان‌گرایی و واقع‌بینی به آرمان‌گرایی می‌دهند و می‌فرمایند: «... در تصمیم و عمل رهبری، باید عقلانیت در خدمت اصول قرار بگیرد؛ واقع‌بینی در خدمت آرمان‌گرایی‌ها قرار بگیرد».

رهبری فرزانه آرمانها را نامتغییر، ولی سازوکارهای رسیدن به آرمانها را در کنار واقع‌بینی، تغییرپذیر معرفی می‌کنند و نوسازی آنها را ممکن می‌دانند.<sup>۶</sup>

درکل در فرهنگ غربی و تبع آن رسانه غربی، عقل و عشق، عقل و دین، منفعت و مصلحت، تکلیف و نتیجه، دنیا و آخرت، روح و جسم و آرمان و واقعیت در برابر هم گذارده شده‌اند؛ گویی برابر نهاد یگدیگرند، اما در الگوی اسلام که همانا آرمان‌گرایی واقع‌بینانه است، تمامی موارد یادشده نه تنها «تقابل» و «تعارض»، بلکه حتی تمایز ندارند، بلکه رابطه «تطابق» میان آنها حاکم است. در رسانه اسلامی، امتزاج و همگرایی عقل و دین، علم و دین، دین و دنیا، دنیا و آخرت، جسم و روح و در نهایت آرمان و واقعیت رخ می‌دهد و این امتزاج و ممزوج شدن مستلزم مدیریتی انقلابی در رسانه است.

آرمان‌گرایی واقع‌بینانه معطوف به حقیقت و مدیریت انقلابی نیز تلازمی تنگاتنگ با هم دارند و وجود هر کدام مستلزم وجود دیگری است. با مترتب شدن مدیریت انقلابی به مثابه روش‌شناسی و آرمان‌گرایی واقع‌بینانه به منزله هستی‌شناسی و میزان و مصباح، نه تنها رسانه اسلامی، بلکه اسلامی شدن هر نهاد و مجموعه دیگری را نیز می‌توان انتظار داشت. آنچه مقتضی رسانه اسلامی است، آرمان‌گرایی واقع‌بینانه است که در عرصه داخلی و خارجی با استکبارستیزی، استثمارستیزی و استقلال‌خواهی دین‌ورزانه — و نه ناسیونالیستی — مشخص می‌شود. رسانه اسلامی با در نظر گرفتن دارالاسلام به مثابه جایگاه خود و نیز این نکته مهم که دارالاسلام مفهومی غیرجغرافیایی است و همه افراد در همه نقاط جهان را که به اسلام معتقدند شامل می‌شود، شکستن ساختارهای متصلب بین‌الملل و دمیدن روح حقیقت‌گرایی در این ساختارها را با الگوی انقلاب اسلامی، هدف خویش قرار می‌دهد. رسانه اسلامی به مثابه یک رژیم رسانه‌ای نوین باید الگوپردازی کند و ایده‌های خود را با رسانه‌های دیگر در نقاط متفاوت گیتی به اشتراک گذارد؛ یعنی همان رسانی که انقلاب اسلامی



ایران از آغاز بر آن بوده است. رسانه اسلامی در نهایت باید امتزاج عقل و دین، علم و دین، عقل و عاطفه، دین و سیاست، اخلاق و سیاست، روح و جسم، دنیا و آخرت و درکل آرمان و واقعیت را به رخ کشد و به اثبات عملی برساند. درواقع رسانه اسلامی — به مثابه پیش‌قراول مبارزه با سکولاریسم — تمام دوگانه‌های سکولاریسم را در هم می‌شکند و خود مصداق پیوند دوگانه‌های مورد ادعای سکولاریسم می‌شود.

## منابع:

### ۱. منابع فارسی:

- احمدی، بابک (۱۳۷۴). مدرنیته و اندیشه انتقادی، تهران، نشر مرکز.
- اسپریگنز، توماس (۱۳۷۷). فهم نظریه‌های سیاسی، ترجمه فرهنگ رجایی، تهران، نشر آگه.
- استیس، واتر ترنس (۱۳۹۰). دین و نگرش‌های نوین، ترجمه احمدرضا جلیلی، تهران، انتشارات حکمت.
- اصیل، حجت‌اله (۱۳۸۱). آرمانشهر در اندیشه ایرانی، تهران، نشر نی.
- افرازه، عباس (۱۳۸۲). «مدیریت کیفیت اطلاعات جامع در مدیریت دانش»، چهارمین کنفرانس مدیران کیفیت.
- اقبال، جاوید (۱۳۶۵). اقبال، اتحاد عالم اسلام و جهان اسلام، از شناخت اقبال، به کوشش غلامرضا ستوده، تهران: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران.
- اکبرپور شیرازی، محسن؛ سوری، حسن (۱۳۸۴). «بهبود فرآیندهای کسب‌وکار با استفاده از مدیریت دانش»، دومین کنفرانس مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات.
- ام هوور، استوارت (۱۳۸۶). «از رسانه تا معنا»، ترجمه اسماعیل بشری، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، ش ۱، شماره پیاپی ۶۹، بهار.
- ام. هور، استوارت و لاندیبا، نات (۱۳۸۹). بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ، ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
- انصاری، باقر (۱۳۸۶). حقوق حریم خصوصی، تهران، انتشارات سمت.
- انصاری، نورالحسن (۱۳۶۵). «اقبال و جهان‌بینی او»، شناخت اقبال، به کوشش غلامرضا ستوده، تهران: دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران.
- ایگلتن، تری (۱۳۸۱). درآمدی بر ایدئولوژی، ترجمه اکبر معصوم بیگی، تهران، نشر آگه.
- آبالستر، آنتونی (۱۳۷۷). ظهور و سقوط لیبرالیسم غرب، ترجمه عباس مخبر، تهران، نشر مرکز.
- بیک‌زاده مرزبانی، ناصر؛ سوری، حسن (۱۳۸۶). «رهبری سازمانی و توانمندسازی منابع انسانی در مدل راهبردی مدیریت دانش»، چهارمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت.
- جمشیدی، محمدحسین (۱۳۸۹). مبانی و روش‌شناسی تبیین (با تأکید بر اندیشه سیاسی)، تهران، دانشگاه امام صادق(ع).
- جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۰). انتظار بشر از دین: سلسله مباحث پیرامون دین‌شناسی، قم، مرکز نشر اسراء.
- جهانبگلو، رامین (۱۳۷۲). ماکیاولی و اندیشه رنسانس، تهران، نشر مرکز.

چالمرز، آلن. اف (۱۳۸۷). چپستی علم «درآمدی بر مکاتب علم‌شناسی»، ترجمه سعید زیباکلام، تهران، انتشارات سمت.

حری، عباس (۱۳۷۸). اطلاع‌شناسی، در اطلاع‌رسانی: نگرش‌ها و پژوهش‌ها، تهران، کتابدار. خندان، محمد (۱۳۸۸). نگاهی تطبیقی به آراء اطلاع‌شناسی لوچونیا فلوریدی و رافائل کاپورو، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، بهار ۱۳۸۸.

رایبسون، دیوید (۱۳۸۰). نیچه و مکتب پست‌مدرن، ترجمه ابوتراب سهراب و فروزان نیکوکار، تهران، نشر پژوهش فروزان‌فر.

رشاد، علی‌اکبر (۱۳۸۹). درنگی در گفتمان‌های سه‌گانه متجدد، متجدد و مجدد، قم، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

زرنشاس، شهریار (۱۳۸۰). اشاراتی درباره لیبرالیسم در ایران، تهران، انتشارات تهران.

زیباکلام، فاطمه (۱۳۷۸). سیر اندیشه فلسفی در غرب، تهران، سمت.

سعیدی، غلامرضا (۱۳۷۰). اندیشه‌های اقبال لاهوری، به کوشش و مقدمه، سید هادی خسروشاهی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

سلطانی، سید علی‌اصغر (۱۳۸۴). قدرت، گفتمان و زبان: سازوکارهای جریان قدرت در جمهوری اسلامی ایران، تهران، نشر نی.

سمتی، محمدهمدی (۱۳۸۵). عصر سی‌ان‌ان و هالیوود، ترجمه نرجس خاتون براهوئی، تهران، نشر نی.

سوفرن، پیر ابر (۱۳۸۸). زرتشت نیچه، ترجمه بهروز صددری، تهران، نشر بازتاب‌نگار.

شاه‌علی، احمدرضا (۱۳۸۸). «اخلاق رسانه‌ای و حریم خصوصی، رویکردی اسلامی»، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال بیستم، ش ۴، شماره پیاپی ۸۰، بهار.

شاهدنده، نیکو (۱۳۸۶). زن در تفکر نیچه، تهران، نشر قیصده سرا.

صابر، غلام (۱۳۸۸). کی یرگارد و اقبال، ترجمه محمد بقایی، تهران، نشر یادآوران.

عالم، عبدالرحمن (۱۳۸۸). تاریخ فلسفه سیاسی غرب، ج ۱، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

غیاثیان، مریم‌السادات (۱۳۸۶). «بازنمایی «ما» و «آنها» (تصویر سفیدپوستان و مسلمانان در نشریات غرب پس از یازده سپتامبر ۲۰۰۱)»، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، ش ۱، شماره پیاپی ۶۹، بهار ۱۳۸۶.

فضلی، قادر (۱۳۸۵). «سیاست و دیانت در دیوان اقبال»، فصلنامه تخصصی دانشگاه باقرالعلوم، سال نهم، ش ۳۶، زمستان.

فولکیه، پل (۱۳۷۸). هستی‌شناسی (بحث وجود)، ترجمه دکتر یحیی مهدوی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.

قادری، حاتم (۱۳۸۶). اندیشه‌های سیاسی در قرن بیستم، تهران، انتشارات سمت.

کاپلستون، فردریک (۱۳۸۲). تاریخ فلسفه، ج ۵، ترجمه امیر جلال‌الدین اعلم، تهران، علمی و فرهنگی.

کافی، مجید (بی‌تا). «اقبال لاهوری و جامعه‌شناسی معرفت»، حوزه و دانشگاه، ش ۲۱.

کوفمان، والتر (۱۳۸۸). نیچه، هایدگر و بوهر، ج ۲، ترجمه فرالدین رادمهر، تهران، نشر چشمه.

کهن، لارنس (۱۳۹۰). از مدرنیسم تا پست‌مدرنیسم، ترجمه عبدالکریم رشیدیان، تهران، نشر نی.

گادامر، هانس گئورگ (۱۳۸۷). مکتب فرانکفورت و نیچه، ترجمه حامد فولادوند، تهران، مهر نیوشا.

لاهوری، محمداقبال (۱۳۷۹). بازسازی اندیشه دینی در اسلام، ترجمه محمد بقایی ماکان، تهران، انتشارات

فردوس.

مددیور، محمد (۱۳۸۱). انقلاب اسلامی و نظریه پایان تاریخ، قم، نشر بضعه الرسول.  
مدرسی، فاطمه (۱۳۷۹). «اقبال لاهوری، نغمه سرای بیداری»، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران،  
ش ۱۵۳.

مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۹). تحول در نظریه‌های روابط بین‌الملل، تهران، انتشارات سمت.  
مطهری، مرتضی (۱۳۸۹ ب). انسان کامل، تهران، انتشارات صدرا.  
نامه‌ها و نگاه‌های اقبال لاهوری (۱۳۶۸). به کوشش بشیر احمددار، ترجمه عبدالله ظهیری، مشهد، انتشارات  
جاوید.

معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۹). ارتباطات بین‌المللی، ج ۱، تهران، دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.  
نصر، سید حسین (۱۳۸۴). آرمانها و واقعیت‌های اسلام، ترجمه انشاءالله رحمتی، تهران، جامی.  
نصری، عبدالله (۱۳۸۳). انتظار بشر از دین، بررسی دیدگاهها در دین‌شناسی معاصر، تهران، مؤسسه فرهنگی  
دانش و اندیشه معاصر.

نقوی، علی محمد (۱۳۵۸). ایدئولوژی انقلابی اقبال، م.م. بحری، تهران، اسلامی.  
نیچه، فردریش (۱۳۸۹). فلسفه، معرفت و حقیقت، ترجمه مراد فرهادپور، تهران، هرمس.  
وایت، آر. آر (۱۳۸۶). «معنی‌شناسی ارزشی و موضع‌گیری ایدئولوژیک در گفت‌وگو روزنامه‌نگاری»، ترجمه  
پیروز ایزدی، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، ش ۴، شماره پیاپی ۷۲،  
زمستان.

وبستر، فرانک (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه‌اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران، انتشارات قصیده‌سرا.  
ون دایک، تئون ای (۱۳۸۶). «نظرات و ایدئولوژی‌ها در مطبوعات»، ترجمه زهرا حداد و کوثر شهنی، فصلنامه  
مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، ش ۴، شماره پیاپی ۷۲، زمستان ۱۳۸۶.

یالوم، اروین (۱۳۹۰). روان‌شناسی آگزیستانسیال، ترجمه سپیده نجیب، تهران، نشر نی.  
یوسف مصطفی، محمود (۱۳۸۶). «نگاهی به روابط عمومی در ارتباطات اسلامی: مطالعه‌ای در سیره تبلیغی  
پیامبر اکرم (ص)»، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، سال هجدهم، ش ۱، شماره پیاپی ۶۹،  
بهار.

یوسفی اشکوری، حسن (۱۳۸۰). خرد در ضیافت دین، تهران، انتشارات قصیده‌سرا.

## ۲. منابع انگلیسی:

- Anderson, charls (۱۹۹۸). The Postmodern Culture ed; Fontana press  
Berger Peter L, A ( ۱۹۹۴). "The Gross National Product and the Gods", The  
McKinsey Quarterly, Issue.  
Berger Peter L, A (۲۰۱۱). Rumor of Angels: Modern Society and the Rediscovery  
of the Supernatural.  
Working Knowledge; How Organizations .(۱۹۹۸) Davenport, T.H. and L. Prusak  
Manage What They Know. Boston: Harvard Business School Press

۳. سایت‌ها:

http://www.jahannews.com/vdcezpwzjhaxe/html.b9bj.html

تاریخ رجوع: ۱۳۹۱/۷/۲۸

پی‌نوشتها:

(setondnE)

۱. امر مقدس در اسلام از امتزاج حسن فاعلی (نیت) و حسن فعلی (عمل) شکل می‌گیرد (جوادی، ۱۳۹۰، ۷۸). بنابراین رسانه نیز در اثر امتزاج حسن فاعلی و حسن فعلی کارکنان آن — که در محتوای آن رسانه نمود می‌یابد — می‌تواند اسلامی و مقدس باشد. حسن فاعلی و حسن فعلی نیز بر مبنای ایدئولوژی اسلامی و شریعت مقدس باید باشد تا آن‌گاه رسانه مقدس شکل گیرد.

۲. از آن‌رو که در این مقدمه و نیز در کل مقاله، به ماهیت «اطلاعات» و رسانه، که ماهیتی ایدئولوژیک است — و جز این نمی‌تواند باشد — توجه شده است، می‌توان شناخت اطلاعات و تعیین چهارچوب و وجوه آن را که موضوع علم اطلاع‌شناسی (informatology) است (حری، ۱۳۷۸، ۱۸) در بحث مقاله حاضر درباره ایدئولوژی و رسانه آشکارا مشاهده نمود.

۳. در یونان باستان، مربع به سبب داشتن تعداد و نیز اندازه اضلاع مساوی، همانند عدد چهار به نماد عدالت موسوم بوده است (عالم، ۱۳۸۸، ۳۱).

۴. فرافکنی (projection) به معنای نسبت دادن غیرارادی رفتار ناآگاهانه خود به دیگران است.

۵. تحلیل گفتمان مجموعه گسترده‌ای از فیلسوفان مدرن و پست‌مدرن از جمله ویتگنشتاین، کارنپ، آستین، نیچه، هایدگر، فوکو، دریدا و لوتار از یک‌سو و زبان‌شناسان و ساختارگرایانی مانند سوسور، باختین و... را شامل می‌شود که همگی در نقد و نفی ماوراءالطبیعه (ذات‌انگاری امور) متفق‌القول‌اند (کاپلستون، ۱۳۶۲، ۲۴).

http://www.jahannews.com/vdcezpwzjhaxe/html.b9bj.html

تاریخ رجوع: ۱۳۹۱/۸/۲۷